

**ANALISIS PEMILIHAN STRATEGI *COST LEADERSHIP* ATAU
DIFFERENTIATION DENGAN MENGGUNAKAN SWOT UNTUK
MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING**

Tesis

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Magister Sains Manajemen

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Diajukan Oleh:

NAMA : Anna

NIM : 08.90.0027

PASCASARJANA MANAJEMEN

PROGRAM MAGISTER SAINS MANAJEMEN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2010

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

NAMA : Anna

NIM : 08.90.0027

Program Studi : Program Pascasarjana Manajemen

Bidang Konsentrasi : E-Commerce

JUDUL TESIS :

**ANALISIS PEMILIHAN STRATEGI *COST LEADERSHIP*
ATAU *DIFFERENTIATION* DENGAN MENGGUNAKAN
SWOT UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING**

Menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan/ atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Program Pascasarjana Magister Sains Manajemen Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 02 Juli 2010

Anna

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

NAMA : Anna

NIM : 08.90.0027

Program Studi : Program Pascasarjana MSi Manajemen

Bidang Konsentrasi : E-Commerce

Dengan Judul :

**Analisis Pemilihan Strategi *Cost Leadership* atau *Differentiation*
dengan Menggunakan SWOT untuk Mencapai Keunggulan Bersaing**

Semarang, 15 Juli 2010

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Vincent Didiek WA, MBM., Ph.D

Marlon Leong S.Kom., M.Kom

KOP

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Judul Tesis :
”Analisis Pemilihan Strategi *Cost Leadership* atau *Differentiation* dengan
Menggunakan SWOT untuk Mencapai Keunggulan Bersaing”

NAMA : ANNA
NIM : 08.90.0027
Program Studi : Program Pasca Sarjana Msi Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen E-Commerce

Telah diterima dan diuji dalam Seminar Tesis pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 13 Juli 2010
Hasil Penilaian : A
Predikat Kelulusan : Istimewa

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Koordinator Penguji,

(Thomas Budi Santoso, Ed. D)

Anggota Penguji,

(Wisnu Djati Sasmito, S.E., M.Si)

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

(Prof. Vincent Didiek WA, MBM., Ph.D)

(Marlon Leong S.Kom., M.Kom)

Mengetahui,
Ketua Program Pascasarjana Manajemen

(Thomas Budi Santoso, Ed. D.)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

The logo of Universitas Katolik Soegijapranata is a yellow shield with a white border. Inside the shield, there is a white cross at the top, followed by a white lotus flower, and an open book at the bottom. The text "UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA" is written in yellow capital letters around the inner border of the shield.

**"WE ARE JUST A MOMENT
TO LIVE FOR TODAYS,
SO DO THE BEST AND RIGHT THINGS
EVERYTME YOU ARE,
DON'T BE REGRET"
*'EVERYTHINGS ARE GOOD AT THAT TIMES'***

***THIS TESIS I 'D LIKE TO GIVE FOR ANYONE WHO WANT'S TO
KNOW ABOUT E-COMMERCE STRATEGIC***

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis persembahkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena oleh segala anugerah dan kebaikannya penulis diberi jalan untuk menyelesaikan Tesis berjudul **"Analisis Pemilihan Strategi *Cost Leadership* atau *Differentiation* dengan Menggunakan SWOT untuk Mencapai Keunggulan Bersaing"** ini tepat pada waktunya.

Penyusunan tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program pasca sarjana (S2) Magister Sains Manajemen pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Adapun dalam penyelesaian tesis ini, peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, diantaranya:

1. Prof. Vincent Didiek WA, MBM., Ph.D, selaku dosen pembimbing utama, yang telah membantu memberikan semangat, masukan, bantuan, dan waktunya dalam proses penyelesaian tesis ini.
2. Marlon Leong S.Kom., M.Kom, selaku dosen pembimbing pendamping, yang telah banyak membantu memberikan koreksi dan revisi, serta waktu dan upaya bagi penyelesaian tesis ini
3. Dr. Thomas Budi Santoso, Ed. D., selaku Ketua Program Pasca Sarjana Universitas Katolik Soegijapranata Semarang; juga sebagai dosen penguji yang memberikan berbagai pertimbangan dan masukan dalam penyelesaian tesis ini
4. Wisnu Djati Sasmito, S.E., M.Si, selaku dosen penguji kedua, yang telah memberikan berbagai gambaran terkait luasnya dunia digital

5. Yuwono Agus, selaku bagian administrasi Pasca Sarjana, yang telah banyak membantu dalam waktu dan upaya urusan kelengkapan penyelesaian tesis ini
6. B. Irmawati, M.Si., dan Dr. Rustina Untari, selaku dosen metodologi penelitian, yang telah memberikan arahan dalam desain penelitian
7. Seluruh dosen Pasca Sarjana Magister Science yang telah mendidik saya hingga dapat menyelesaikan tesis ini selama saya kuliah di Pasca Sarjana Magister Science UNIKA Soegijapranata Semarang
8. Kedua orang tua dan kakak, serta teman-teman saya yang telah membantu mensukseskan tesis ini dengan doa, daya, upaya, waktu, dan kritiknya
9. Para responden dot.com + batik, diantaranya batiklosc5.com, batikcempaka.com, toko.kabarmadura.com, pasarjogja.com, dan batikmarkets.com
10. Semua pihak yang turut membantu dalam segala hal, yang tak dapat disebutkan semuanya
11. *Especially I'd like thanks for my God who guide me to finish it.*

Percayalah bahwa setiap kejadian dengan niat baik, tak ada yang sia-sia. Adapun peneliti merasa sangat jauh dari sempurna, sehingga diharapkan adanya masukan dan saran bagi setiap pihak yang membaca tesis saya ini.

Semarang, 21 Juni 2010

ANNA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	8
D. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	10

1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	10
2. Pengertian Bisnis Digital dan Bisnis Konvensional.....	11
3. Peran RTGS.....	15
4. <i>TOWS Analysis</i>	15
5. Analisis <i>Value Chain</i>	16
6. Pengertian <i>Cost Leadership Strategy</i> dan <i>Differentiation Strategy</i>	17
a. <i>Cost Leadership</i>	19
b. <i>Differentiation</i>	20
7. Teknologi dan Keunggulan Bersaing.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Pikir.....	24
D. Definisi Operasional.....	27
 BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Obyek Penelitian.....	29
B. Jenis Penelitian.....	29
C. Jenis dan Sumber Data.....	30
D. Teknik Sampling.....	30
E. Sample Penelitian.....	31
F. Metode Pengumpulan Data.....	32
G. Metode Analisis Data.....	32

BAB IV. HASIL ANALISIS

A. Profil dan Karakteristik Produk Dot.Com Batik.....	39
B. <i>E-Transaction</i> Dot.Com Batik.....	46
C. Analisis Strategi Dot.Com Batik.....	52
1. <i>Critical Success Factors</i> dalam Pemilihan Strategi <i>Cost Leadership</i> atau Strategi <i>Differentiation</i> Bisnis Digital.....	52
2. Posisi Dot.Com pada Kuadran Strategi berdasar variabel <i>Cost Leadership</i> dan variabel <i>Differentiation</i>	63
3. Analisis Strategi <i>Cost Leadership</i> dan Strategi <i>Differentiation</i> dalam Pencapaian Keunggulan Bersaing.....	65
D. Implikasi Strategi dan Kaidah <i>E-Commerce</i>	67
1. Implikasi Strategi.....	67
2. Kaidah <i>E-Commerce</i>	70
3. Simulasi Penentuan Kuadran Posisi Strategi.....	71
4. Kesan Pembeli.....	73
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	74
B. Saran.....	78
1. Keterbatasan dan Kelemahan.....	78
2. Implikasi Manajerial.....	79
3. Peluang Penelitian Lebih Lanjut.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Data Statistik Pengguna Internet di Berbagai Benua di Dunia.....	2
Tabel 1.2. Transaksi RTGS Agregat.....	4
Tabel 2.1. Data Perbandingan Pasar Konvensional dengan Pasar Digital.....	11
Tabel 2.2. <i>Principal Component Variable</i>	19
Tabel 2.3 Kepemimpinan Teknologi dan Keunggulan Bersaing.....	21
Tabel 2.4 Referensi Beberapa Jurnal Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Rating Rata-rata Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Rating Rata-rata <i>Differentiation</i>	36
Tabel 3.2 Titik Origin kaudran Posisi Strategi Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Variabel <i>Differentiation</i>	37
Tabel 4.1 Faktor Kunci SWOT Batiklos5.com.....	53
Tabel 4.2 Faktor Kunci SWOT Batikcempaka.com.....	54
Tabel 4.3 Faktor Kunci SWOT Toko.kabarmadura.com.....	55
Tabel 4.4 Faktor Kunci SWOT Pasarjogja.com.....	56
Tabel 4.5 Faktor Kunci SWOT Batikmarkets.com.....	57
Tabel 4.6 Rating Rata-rata Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Rating Rata-rata Variabel <i>Differentiation</i> pada Batiklos5.com.....	58
Tabel 4.7 Rating Rata-rata Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Rating Rata-rata Variabel <i>Differentiation</i> pada Batikcempaka.com.....	59
Tabel 4.8 Rating Rata-rata Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Rating Rata-rata Variabel <i>Differentiation</i> pada Toko.kabarmadura.com.....	60
Tabel 4.9 Rating Rata-rata Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Rating Rata-rata Variabel <i>Differentiation</i> pada Pasarjogja.com.....	61
Tabel 4.10 Rating Rata-rata Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Rating Rata-rata Variabel <i>Differentiation</i> pada Batikmarkets.com.....	62
Tabel 4.11 Titik Origin Kuadran Posisi Strategi Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Variabel <i>Differentiation</i>	63

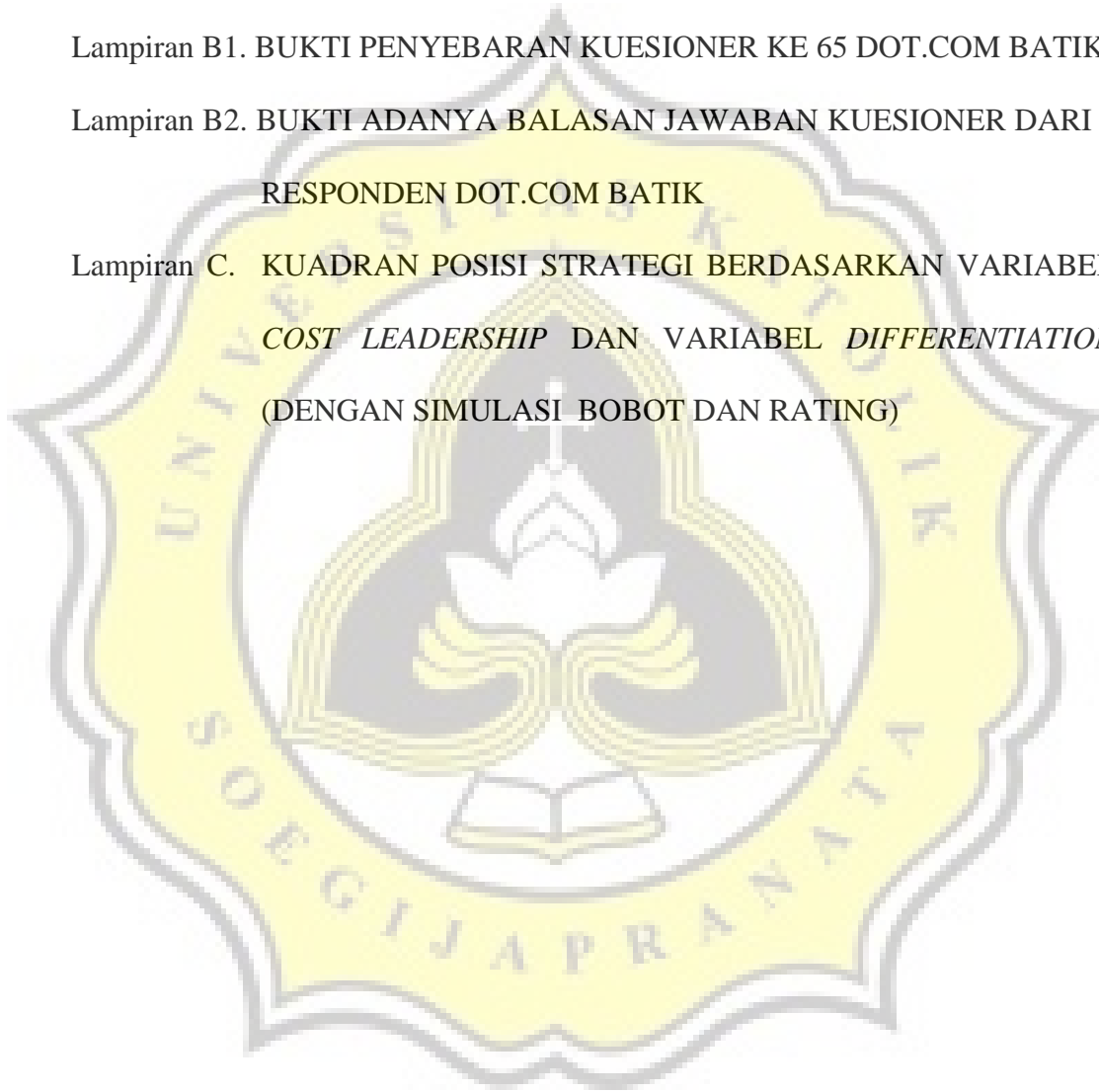
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. KUESIONER

Lampiran B1. BUKTI PENYEBARAN KUESIONER KE 65 DOT.COM BATIK

Lampiran B2. BUKTI ADANYA BALASAN JAWABAN KUESIONER DARI 5
RESPONDEN DOT.COM BATIK

Lampiran C. KUADRAN POSISI STRATEGI BERDASARKAN VARIABEL
COST LEADERSHIP DAN VARIABEL *DIFFERENTIATION*
(DENGAN SIMULASI BOBOT DAN RATING)



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Dimensi Persaingan Strategi Generik Porter.....	18
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Kuadran Posisi Berdasarkan Biaya dan Diferensiasi.....	38
Gambar 4.1 Halaman Depan Website Batiklosc5.com.....	39
Gambar 4.2 Halaman Depan Website Batikcempaka.com.....	41
Gambar 4.3 Denah Lokasi Website Batikcempaka.com.....	42
Gambar 4.4 Halaman Depan Website Toko.kabarmadura.com.....	43
Gambar 4.5 Halaman Depan Website Pasarjogja.com.....	44
Gambar 4.6 Halaman Depan Website Batikmarkets.com.....	45
Gambar 4.7 Kuadran Posisi Berdasarkan Variabel <i>Cost Leadership</i> dan Variabel <i>Differentiation</i>	64

ABSTRAK

Internet merupakan faktor yang mendorong munculnya *e-commerce* (perdagangan elektronik). *E-Commerce* sendiri sangat menguntungkan bagi penjual karena adanya penghematan biaya yang lebih rendah dibandingkan perdagangan konvensional (*offline shop*); bagi pembeli karena dapat mengakses barang yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat.

Beberapa pelaku bisnis digital khususnya dalam penelitian ini adalah dot.com batik dengan mempertimbangkan faktor kunci sukses dalam memilih strategi yang tepat bagi keunggulan bersaingnya dibandingkan dengan pesaing. Adapun alasan dipilihnya bisnis digital dengan produk batik karena batik merupakan Indonesian *world heritage* yang telah dikenal oleh dunia internasional sebagai citra bangsa Indonesia.

Strategi yang akan dipilih oleh dot.com batik ada dua yaitu strategi *cost leadership* atau strategi *differentiation*, hal ini sangat lekat dengan faktor kunci sukses eksternal (ancaman dan peluang) dan internal (kelemahan dan kekuatan) yang dimilikinya. Kesalahan dalam mempertimbangkan faktor kunci sukses sangat berdampak buruk bagi keberlangsungan bisnis digitalnya. Berbagai *critical success factors* tiap dot.com batik dikategorikan dengan SWOT Analysis untuk mengetahui posisi masing-masing dot.com batik pada kuadran posisi strategi dengan kombinasi peluang dan kekuatan yang digunakan sebagai kesuksesan bersaing.

Dalam penelitian ini dot.com batik lebih banyak berada pada posisi *differentiation strategy* dari pada posisi *cost leadership strategy*, sehingga disimpulkan bahwa *differentiation strategy* memberikan peluang *return* lebih besar dari pada peluang *return* pada *cost leadership strategy*.

kata kunci: *e-commerce, cost leadership strategy, differentiation strategy, TOWS analysis, competitive advantages*